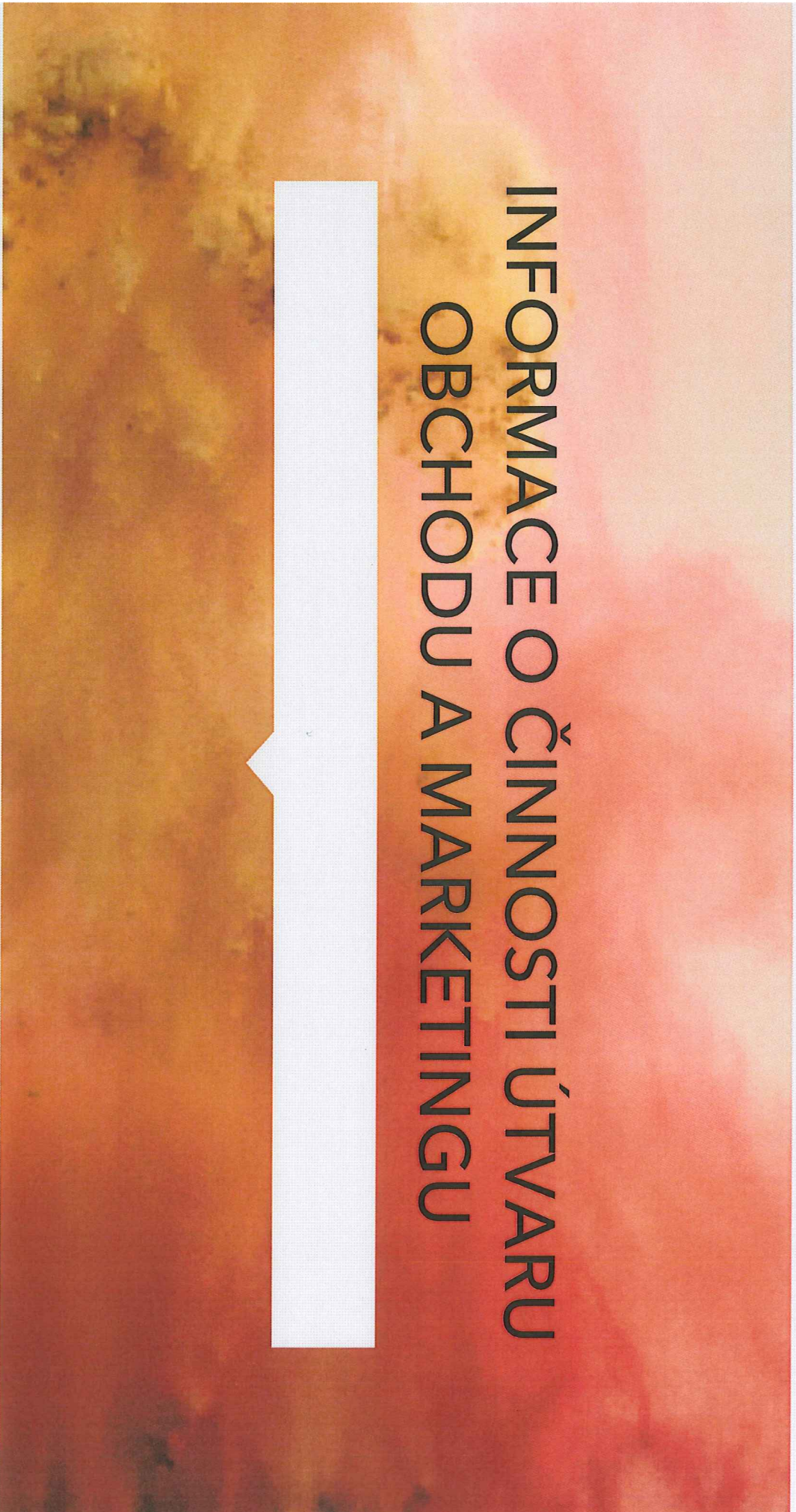




INFORMACE O ČINNOSTI ÚTVARU OBCHODU A MARKETINGU

Vypracoval: Jan Svoboda, ředitel marketingu a obchodu
V Praze dne: 24. srpna 2012

Nová organizační struktura od února 2012

MARKETING A OBCHOD ředitel marketingu a obchodu

OBCHOD
Linda Kozáková

MARKETING
Kristýna Čermáková -
dočasně pověřena
vedením

KREATIVA A
DESIGN
Pavla
Hromková

VÝROBA SELFU A
GRAFIKY
David Cynk

PRODEJ KOMERČNÍCH
PRODUKTŮ
manažer prodeje

OFF-AIR PREZENTACE
manažer off-air prezentace

SELF PROMOTION
hlavní dramaturg

GRAFICKÉ CENTRUM
manažer grafického centra

ON-AIR PREZENTACE
manažer on air prezentace

GRAFIKA
art directori

VÝROBA SELFU
manažer výroby

LICENCOVÁNÍ -
TELESPORT
manažer licencování

IMAGE
stylista

TISKOVINY
grafik

EKONOMIKA
Vedoucí ekonom, Ekonom,
Referent-ekonom asistent,
Obchodní referent

MARKETINGOVÁ A OBCHODNÍ
STRATEGIE
Projektový manažer - marketingová
a obchodní strategie

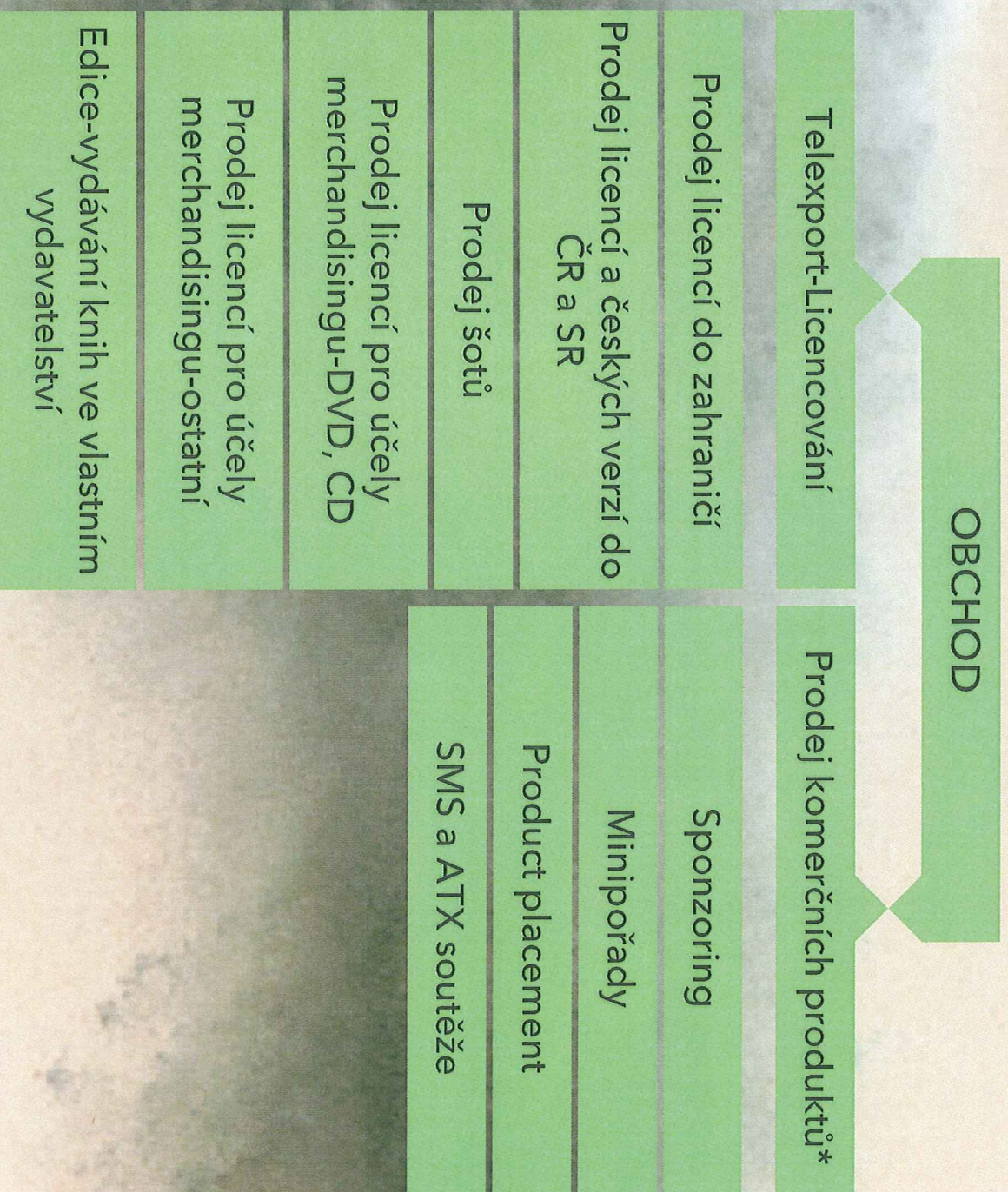
MTF Zlatá Praha

SEKRETARIÁT
Vedoucí sekretariátu
Referent

HLAVNÍ ZMĚNY V ÚTVARU ŘMO

- Nastavení úzké vazby na výrobu a vývoj za účelem plánování využití obchodního potenciálu
- Vytvoření strategií v oblasti marketingu a obchodu
- Převod mediaplannerského týmu z CVP pod marketing
- Vyčlenění PR agendy mktg pod Komunikaci
- Nasazování kampaní zastřešeno marketingem (on-air i off-air část) - zefektivnění procesů
- Začlenění kreativních útvarů (CVP, GC, VPNM) pod ŘMO-zajištění jednotné kontroly nad přípravou veškerých kreativních konceptů (vizuální i audio prezentace ČT) a následně i nad jejich realizací
- Kreativita a design odpovídá také za jednotnou interní grafickou identitu ČT (interní dokumenty, prezentace, vizitky, šablony elektronické pošty aj.)

Náplň činnosti obchodního oddělení



*Prodej klasické reklamy probíhá prostřednictvím agentury Media Master

Shrnutí stavu leden 2012

Prodej komerčních produktů

- Kompletní změna podmínek obchodování oproti r. 2011 (legislativa):

Omezení reklamního prostoru způsobilo 46% pokles výnosů z reklamy už v roce 2011 (ČT1) oproti r. 2010.

V roce 2012 bude celkový objem z výnosů z reklamy (ČT2, ČT4) činit cca pouze 17%-20% objemu roku 2010 (všechny kanály) a zároveň 27% objemu roku 2011.

- Chybějící modely obchodního reportingu
- Nedostatečné využití internetu
- Nevjasněné obchodní procesy v souvislosti s tvůrčími skupinami
- Nevjasněné obchodní procesy s ČT4
- Nedostatečné vazby na vývoj a výrobu pořadů

Shrnutí stavu leden 2012

Telexport -Licencování

- Dlouhodobé vztahy s obchodními partnery v ČR, SR i zahraničí
- Nesourodost v obchodní strategii merchandisingových práv (Edice x Content)
- Absence odpovídajících obchodních nástrojů (videoarchiv, e-shop)
- Nedostatečné komunikační toky s marketingem, vývojem a programem
- Nedostatečná podpora produktů na obrazovce (Edice, merchandising)

Plnění strategických směrů, 1. pololetí 2012

Prodej komerčních produktů

1. Ustanovení podmínek obchodování pro rok 2012
2. Vytvoření interního systému obchodního reportingu
3. Vpracování Strategií obchodního oddělení v nových podmínkách

4. Nastavení interních vazeb na marketing, program a vývoj

Telexport -Licencování

5. Vpracování Strategie merchandisingu (DVD, knihy, ostatní)
6. Vpracování Strategie Telexportu
7. Nové koncepty podpory merchandisingových produktů na obrazovce

Strategické směry, 2. pololetí 2012 - rok 2013

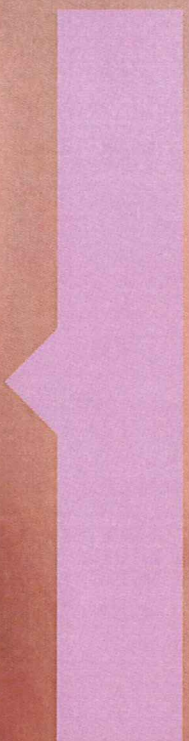
Prodej komerčních produktů

- Úprava struktury obchodního oddělení v souvislosti s novými podmínkami obchodování
- Zajištění marketingových a akvizičních nástrojů
- Nastavení obchodních pravidel v souvislosti s tvůrčími skupinami
- Nastavení obchodních procesů s ČT4

Telexport -Licencování

- Realizace nových strategií merchandisingu (DVD, knihy, ostatní) a Telexportu
- Realizace nových možností podpory produktů
- Realizace nového e-shopu a zvýšení jeho výkonu
- Strategie využití contentu pro internet

MARKETING



Shrnutí stavu na počátku roku 2012

Off-air marketing

- Pracovníci s dobrou znalostí ČT a jejích specifík
- Absence vzájemného briefování mezi útvary
- Scházející nástroje na standardní řízení kampaní
- Marketing a realizace kampaní dosud stály na osobních vazbách a zvyklostech (které sice nebyly principiálně správně nastaveny, ale nikdy nebyl zájem daný stav ani analyzovat, ani optimalizovat)
- Překryvy v činnostech a kompetenční spory zejména mezi útvary marketingu a vývoje (koprodukcce) a nových médií

Shrnutí stavu na počátku roku 2012

On-air marketing (self promotion)

- Roztříštěnost kompetencí mezi oddělením mediaplannerů a uváděcím oddělením (až 60 % bloku nasazuje dle svého uvážení odbavovací oddělení)
- V selfových blocích se neustále objevovaly spoty, u kterých nebylo zřejmé, ani kdo je vyrobil, ani kdo naplánoval jejich nasazení
- Scházející práce s plánováním zásahu kampaní a jejich zpětným vyhodnocováním
- V procesu plánování značné procento manuálního přepisu dat

Hlavní změny a činnosti realizované v období leden až červenec 2012

- Významné personální změny a zajištění zastupitelnosti jednotlivých pracovníků (převedení týmu mediaplannerů do marketingu a rozšíření jejich kompetencí, zavedení pozice specialisty strategického plánování, přechod na jednotné řízení kampaní na televizní obrazovce i mimo ni)
- Převedení kompetencí nasazování selfproma do vysílání od uváděcího oddělení na tým on-air marketingu
- Specifikovány nové a přesnější podmínky pro propagaci ČT ze strany partnerů
- Zajištění prezentace na akcích mediálních partnerství
- Převedení organizace prezentace ČT na Mezinárodním knižním veletrhu a literárním festivalu Svět knihy do marketingu
- Výrazné zkvalitnění prezentace ČT na mezinárodních filmových v festivalech ve Zlíně a Karlových Varech
- Uzavírání deklarací o vzájemné spolupráci s významnými národními institucemi, dojednání vzájemné podpory

Plán dalších aktivit a rozvoje oddělení marketingu

- Další posilování spolupráce off-air marketingu a on-air marketingu při plánování kampaní
- Posilování spolupráce s ČT4 a ČT24 při odbavování spotů v rámci self promotion tak, aby odvysílané kampaně byly ve všech případech měřitelné
- Podpora podzimního programového schématu, příprava kampaní k hlavním programovým prioritám
- Příprava marketingových aktivit k uvedení nového vizuálního stylu ČT
- Ve spolupráci s útvarem mediální legislativy změna pravidel pro poskytování mediálních partnerství, větší přiblížení dikci Kodexu ČT a vysílacích zákonů
- Přejchod na měřitelné plnění prezentace mediálních partnerství a koprodukčních filmů ve vysílání (přejchod z počtu odvysílaných spotů na měření v GRP)
- Příprava marketingové podpory výročí 60 let TV vysílání
- Revize a úprava smluvních podkladů dlouhodobých smluv (MFFKV a jiné)
- Změna strategie pro vydávání časopisu Kouzelná školka
- Příprava spolupráce s klíčovými agenturami pod rámcovou smlouvou (VŘ) za účelem zjednodušení procesů a zefektivnění vynakládání prostředků na plnění zajišťované externími dodavateli

Oddělení Realizace Selfpromotion a Grafiky

Hlavní činnosti oddělení

- zajištění realizace a financování kreativních řešení:
znělek pořadů vlastní výroby event. koprodukčních projektů ČT
grafické vybavy pořadů
brandových/korporátních marketingových ON AIR kampaní
programových ON AIR kampaní a upoutávek
korporátní grafiky kanálů
- odd. dále zajišťuje realizaci TK

Většina činností odd. probíhá v těsné součinnosti s odd. Kreativita a Designu, které je v tomto ohledu zodpovědné za vývoj a návrh kreativních návrhů/řešení výše zmíněných projektů.

Oddělení Realizace Selfpromotion a Grafiky

Výsledky

- Dodržení vyrovnaného VÚ za Q1 a Q2 (H1)
- Úspěšné zajištění realizace projektů v H1 např.:

Nová grafika UDÁLOSTÍ

Kampaně: S ČT v první řadě, Letní kampaň, TýTý 2012 atd.

Znělky a grafické vybavy pořadů

Spolupráce na přípravě nového loga ČT

Spuštění příprav ReDesignu grafiky ČT1 a ČT2

Oddělení Realizace Selfpromotion a Grafiky

Změny a cíle

- personální změny v produkci grafiky a selfpromotion
- přenastavení činností jednotlivých profesí tak, aby víc podporovali teamovou spolupráci a zastupitelnost
- změny nebo přenastavení workflow procesů probíhajících při výrobě
- neustálá snaha o zkvalitnění technické i obsahové kvality odevzdávaných produktů
- max. využití interních zdrojů ČT (lidských i technických)
- zlepšení nastavení klíčových procesů komunikace s ostatními odd. především odd. MKTG, VÝROBY, Programové skladby a Obchodu
- příprava VÚ 2013
- zajištění výroby a realizace implementace nového loga ČT a Redesignu grafiky kanálů ČT1 a ČT2

Grafické centrum

Hlavní činnosti oddělení

- technologický rozvoj a personální zajištění výroby v trikové postprodukcí
- trikové a postprodukční práce na projektech vlastní výroby nebo koprodukčních projektech ČT
 - VFX supervize při natáčení
 - 3D postprodukce
 - 2D postprodukce
 - Střih
 - Grading
- Technologické a personální zajištění výroby grafiky pro zpravodajství
 - Aktuální denní grafika zpravodajství
 - Grafika ČT24 a ČT4 sport
- Technologické a personální zajištění výroby animovaných pořadů (tzv. ANIMO)
 - Výroba animovaných večerníků atp.
- Technologické a personální zajištění DTP studia

Výsledky

- zajištění postprodukce projektů dle harmonogramu v H1 (O pokladech, Věra Čáslavská)
- dodržení plánu rozvoje technologií
- realizační i technologická podpora a spolupráce na projektech
nová grafika pořadu UDÁLOSTI
MS v Hokeji / ME Euro 2012 / LOH Londýn 2012

KREATIVA A DESIGN



Činnosti

Grafika

Identy

Znělky

Grafická výbava

Loga

Storyboardy

Grafika upoutávek

Programové znělky

Self promotion

Upoutávky

Kampaně, kompiláty

Denní přehledy

Identy pořadů

ČT nabízí

Pozvánky do kina

Prezentační sestřihy

Bonusy, DVD sestřihy

Rozhlasové spoty

Tiskoviny

Logo manuál

Grafický manuál

Inzerce

Prezentace pořadů

Prezentace produktů

Press kit

Selfpromotion / Objem

Výsledky

ROK	KANÁL	POČET UP/TÝDEN	POČET MIN/TÝDEN	NÁRUST %
2011	ČT1, ČT2, ČT 24, ČT4	83	60	-
2012	ČT1, ČT2, ČT 24, ČT4	158	95	83% 33%

- podpora cross promotion
- podpora eventů a prezentace ČT
- plnohodnotné selfpromotion pro ČT4
- videobonusy pro nová média
- rozšíření denního poutání

Selfpromotion / Strategie

Organizace

- zefektivnění workflow a technologické dovybavení
- specializace dramaturgů, větší osobní odpovědnost
- spolupráce s novými talenty

Výroba

- efektivní oslovení cílových skupin ve spolupráci s on-air útvarem
- nový styl komunikace a oslovení diváků v rámci redesignu ČT

Vizuální styl / Strategie

Strategie

- změna organizační struktury (on air, kostymérna)
- specializace artdirectingu pro ČT24, ČT4
- redesign ČT 2012/2013

Redesign ČT 2012

- VÝRAZNÁ VIZUÁLNÍ ZMĚNA
- NOVÝ KORPORÁTNÍ STYL, LIFTING LOGA, ZNAČENÍ KANÁLŮ
- VYŘEŠENÍ OTÁZKY KORPORÁTNÍHO PÍSMO A PÍSMO PRO KANÁLY
- TECHNOLOGICKÉ INOVACE
- OTEVŘENÝ GRAFICKÝ SYSTÉM SE SPOJOVACÍMI PRVKY - PODOBNÝ VIZUÁLNÍ JAZYK
- EXKLUZIVNÍ FORMA A PROVEDENÍ, KULTIVOVANOST, ELEGANCE A ČISTOTA

Redesign ČT 2012

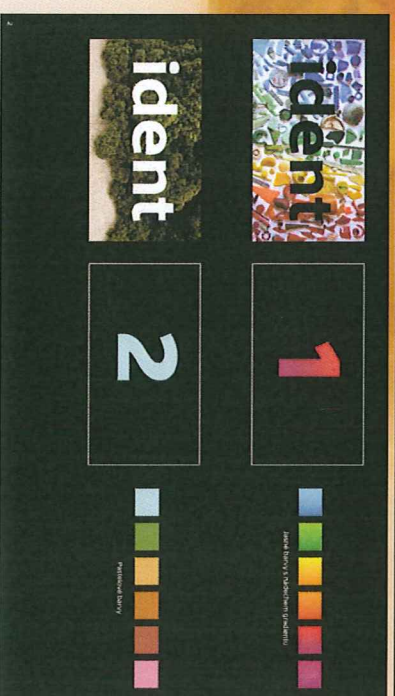
LOGO

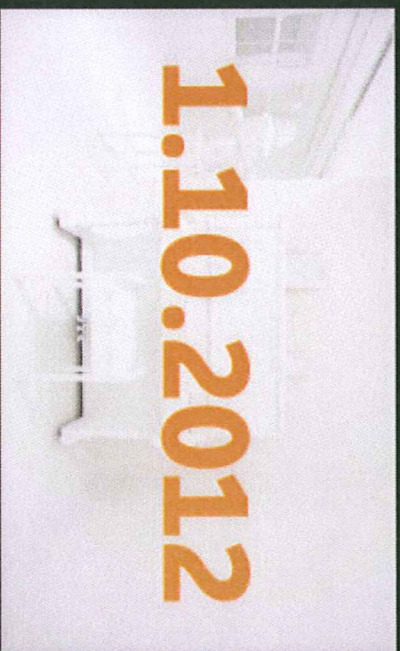


PÍSMO

TV Sans Print	Přiliš žlutoučký kůň úpěl ďábelské ódy: 1234567890	Regular
	Přiliš žlutoučký kůň úpěl ďábelské ódy: 1234567890	Medium
	Přiliš žlutoučký kůň úpěl ďábelské ódy: 1234567890	Bold
TV Sans Screen	Přiliš žlutoučký kůň úpěl ďábelské ódy: 1234567890	Regular
	Přiliš žlutoučký kůň úpěl ďábelské ódy: 1234567890	Medium
	Přiliš žlutoučký kůň úpěl ďábelské ódy: 1234567890	Bold

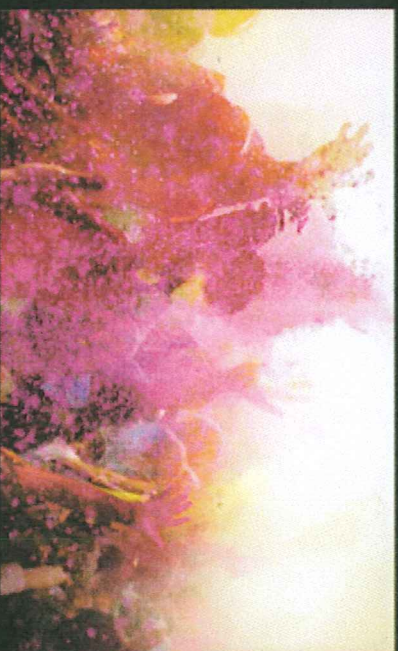
ČT1 a ČT2





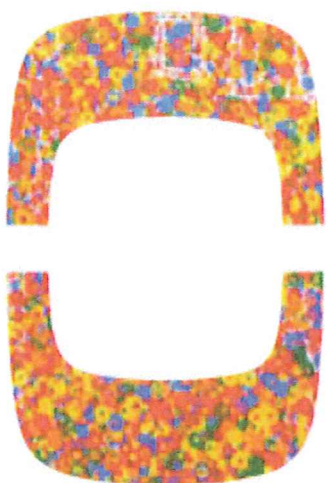
Teasing

Různé bílé prostory. Kamera pomalu a tiše švenkuje odbarveným prostorem.
Headline s datumm, teasingové sdělení ve voiceoveru?



Kampaň

Bílý prostor se spontánní hrou obarvuje. Čím více lidí tím více barev. Energický start.



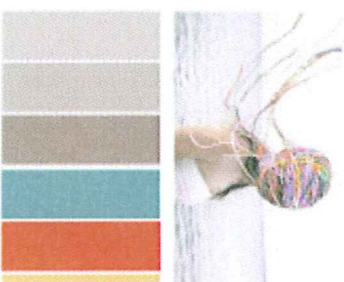
ČT1

harmonické a
uspořádané selekce



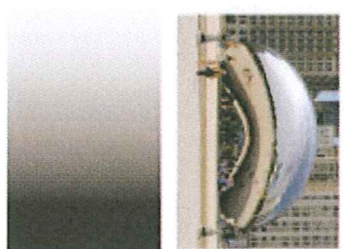
ČT2

specifické a individuální
selekce palet



ČT24

zrcadlo, přizpůsobení
palet tématu a obsahu



ČTsport

polarita



ČT5

základní barvy



ČT1



ČT2



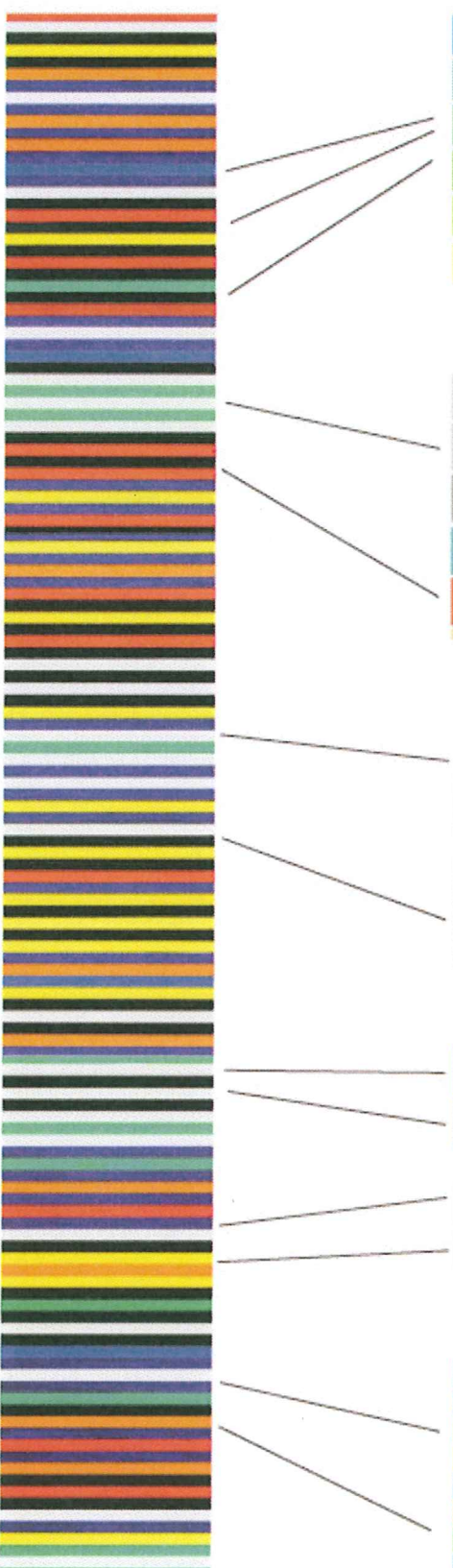
ČT24



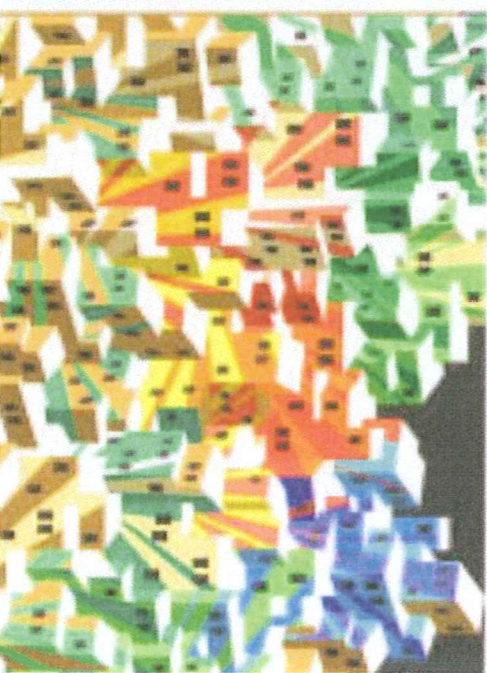
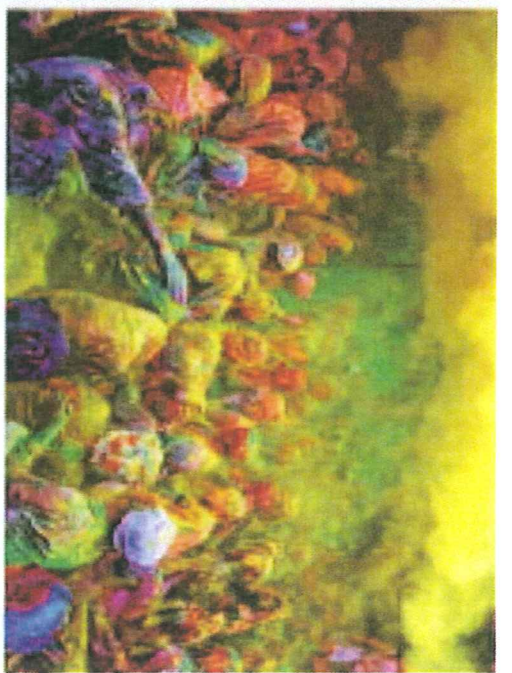
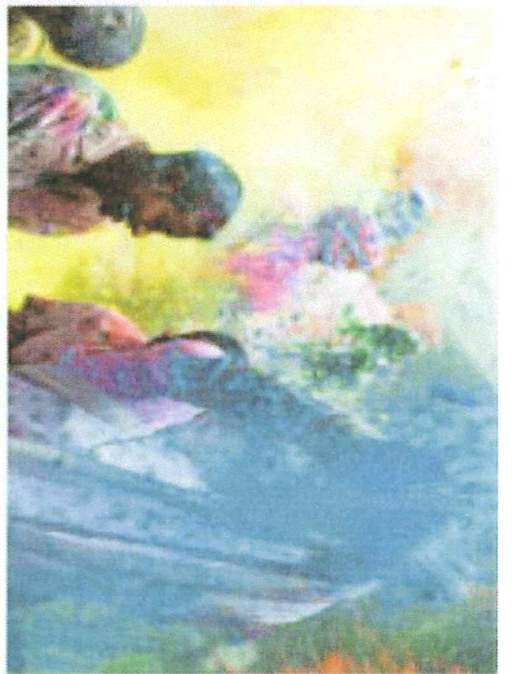
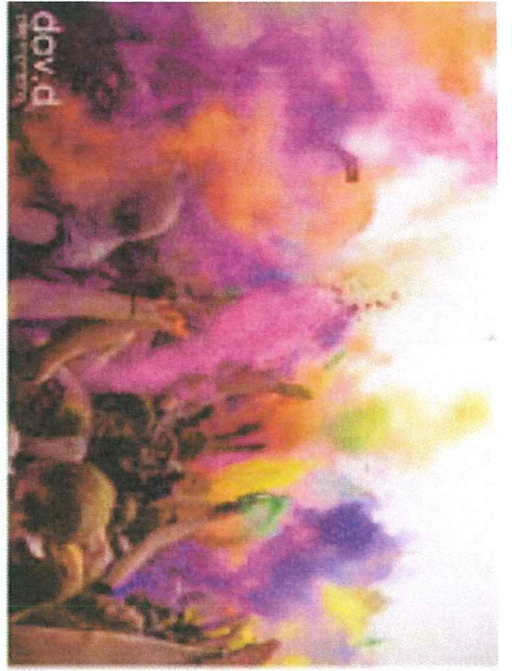
ČTsport

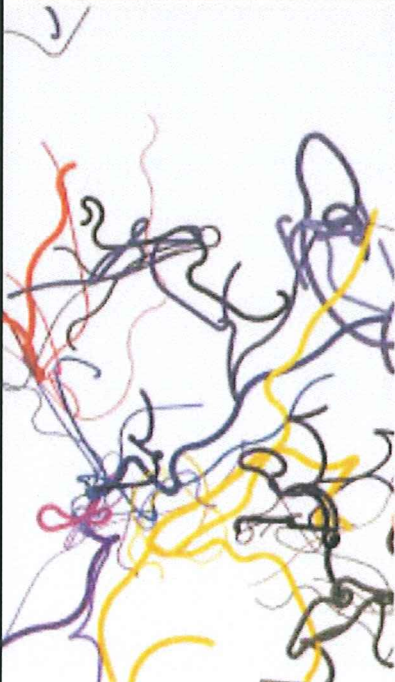
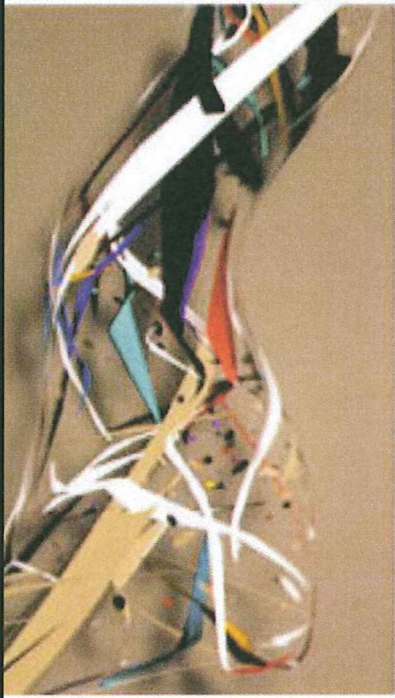
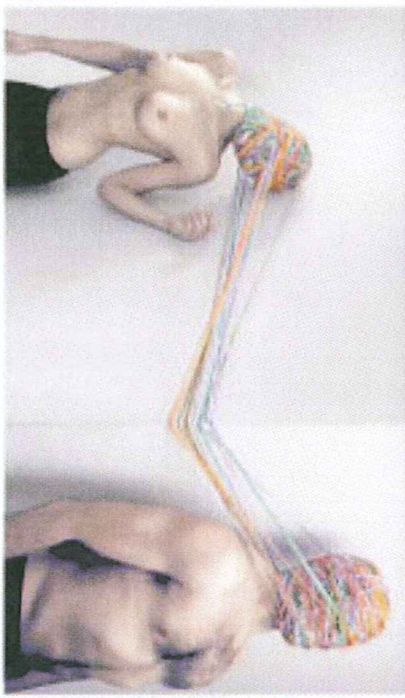


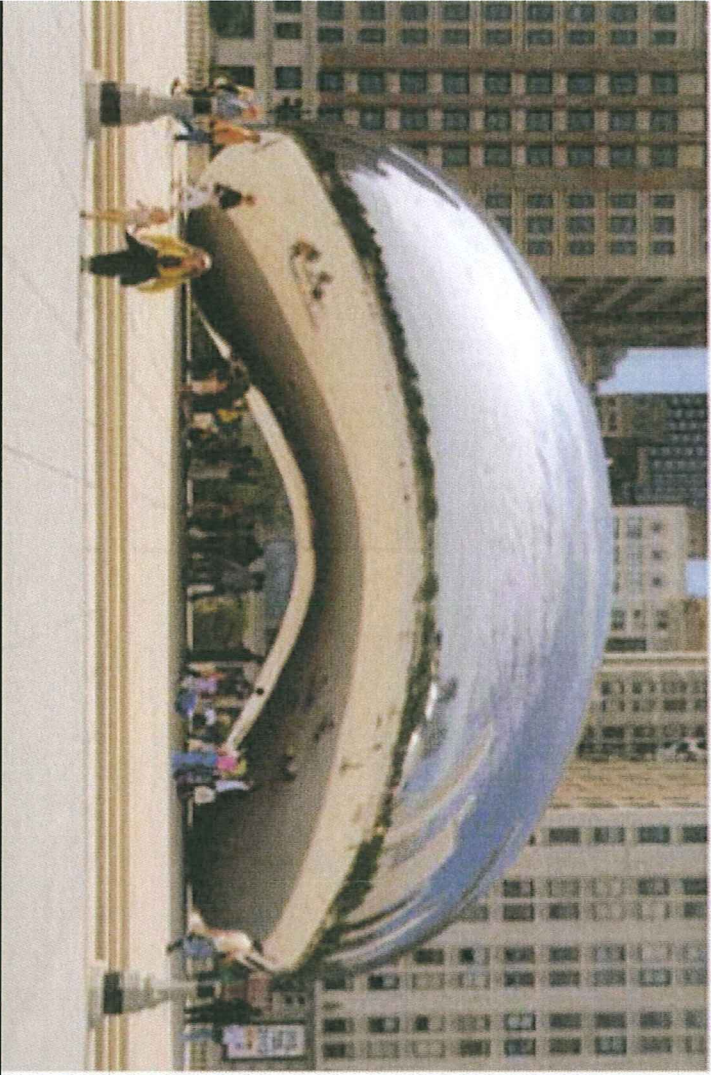
ČT5

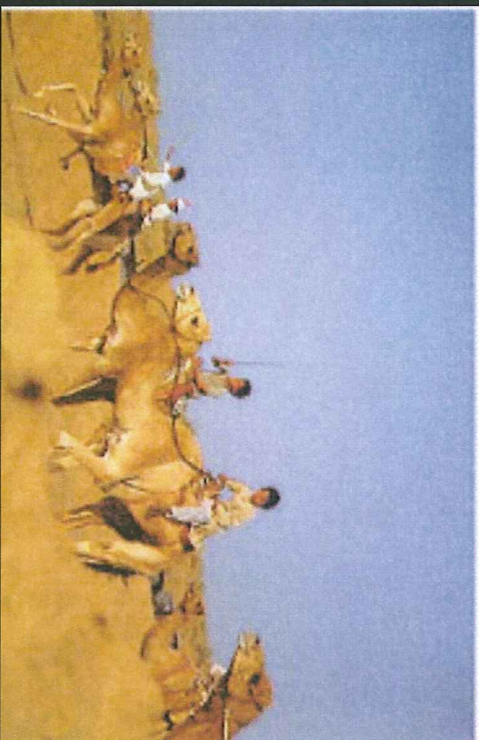


Složím-li všechny své palety opět dohromady, obsáhnu celé barevné spektrum s miliony barev. Cítím všechny vaše potřeby a umím nabídnout mnoho odpovědí.

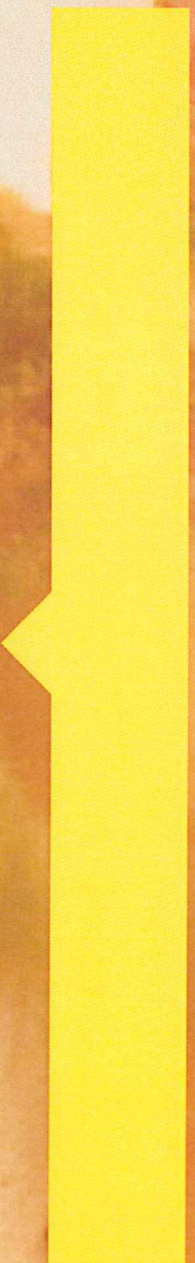








BAREVNOST LOG KANÁLŮ



 Česká televize

 1  2

 24  sport  kids

 Česká televize

 1  2

 24  sport  kids